

УДК 81'42;81'373

<https://doi.org/10.25587/2222-5404-2025-22-1-138-148>

Оригинальная научная статья

Новые тенденции в англоязычном финансово-экономическом неологическом дискурсе

Т. Н. Свиридова

Кубанский государственный университет, г. Краснодар, Российская Федерация

✉ autumn.86@mail.ru

Аннотация

Статья посвящена изучению новых тенденций в англоязычном финансово-экономическом неологическом дискурсе. Язык представляет собой живой организм, который активно реагирует на все изменения окружающей действительности. Если бы в языке того или иного народа не появлялись новые слова, которые определяют новые предметы, явления, процессы, то носители данного языка попросту перестали бы понимать друг друга. Язык перестал бы выполнять свою важнейшую функцию – коммуникативную, соответственно, успешная коммуникация стала бы невозможной. Так как словарный запас языка постоянно обновляется за счет внутреннего словотворчества или заимствований из других языков, то неизбежным стало возникновение нового направления в лингвистике – неологии, предметом изучения которой является неологизм. Неологизмом является новое слово (устойчивое сочетание слов), являющееся новым либо по форме, либо по содержанию, либо новым и по форме, и по содержанию. Человек находится в центре пересечения различных сфер общественной жизни, одной из которых является финансово-экономическая. Жизнь людей напрямую сопряжена с материальным обеспечением, поэтому они уделяют повышенное внимание изменениям, происходящим в данной сфере. В настоящее время значительное количество работ ученых-лингвистов посвящено дискурсу, в рамках которых исследуется и финансово-экономический дискурс. Динамичность развития финансовой сферы, которая проявляется в постоянном возникновении новых сервисов, услуг, операций, инструментов, мошеннических схем и неизбежно влечет за собой появление новых слов, предоставляет огромный материал для изучения неологизмов с различных точек зрения. Так, новые языковые единицы позволяют проанализировать и выявить тенденции, наметившиеся в современной финансовой сфере, составить представления о ценностных ориентирах людей.

Ключевые слова: дискурс, финансово-экономический дискурс, экономика, финансы, неология, неологизм, сема, языковая единица, тенденция, тренд, ценность

Финансирование. Исследование не имело финансовой поддержки

Для цитирования: Свиридова Т. Н. Новые тенденции в англоязычном финансово-экономическом неологическом дискурсе. *Вестник СВФУ*. 2025, Т. 22, № 1. С. 138–148. DOI: 10.25587/2222-5404-2025-22-1-138-148

Originale article

New tendencies in English financial and economic neological discourse

Tatiana N. Sviridova

Kuban State University, Krasnodar, Russian Federation

✉ autumn.86@mail.ru

Abstract

The article is devoted to the learning of the new tendencies in English financial and economic neological discourse. The language is a lively organism which reacts actively to all changes of the surrounding reality. If new words, named new subjects, phenomena, processes, didn't appear in the language of this or that people, native speakers would simply stop to understand each other. The language would stop to perform its crucial function – communicative one and therefore successful communication wouldn't be possible. Because the language vocabulary constantly renews thanks to the internal word-formation and borrowings from other languages, the appearance of a new branch in linguistics was inevitable. The subject of the neology is a neologism. A neologism is a new word (a set expression) which is new in its form or in its content, or new both in form and in content. A person is in the center of the intersection of different spheres of the social life, one of which is financial and economic one. People's life is directly connected with finance, that's why they pay much attention to the changes happening in this sphere. The dynamism of the financial sphere's development which is represented in the constant appearance of new services, operations, instruments, fraudulent schemes and entails appearance of new words, gives vast material for the learning of neologisms from different points of view. New language units allow us to analyse and identify the tendencies emerging in the modern financial sphere and make an idea about axiological people's landmarks.

Keywords: discourse, financial and economic discourse, economy, finances, neology, neologism, seme, language unit, tendency, trend, value

Funding. No funding was received for writing this manuscript

For citation: Sviridova T. N. New tendencies in English financial and economic neological discourse. *Vestnik of NEFU*. 2025, Vol. 22, No. 1. Pp. 138–148. DOI: 10.25587/2222-5404-2025-22-1-138-148

Введение

Язык является призмой, через которую мы смотрим на этот мир [1]. Актуальность данного исследования заключается в том, что современная лингвистическая наука проявляет повышенный интерес к особенностям коммуникативного взаимодействия в различных профессиональных сообществах. Интерес к финансово-экономической сфере продиктован прежде всего наращиванием темпов развития и глобальной модернизацией данной сферы. Изучение новых тенденций особенно актуально, так как оно поможет составить представление о смене ориентиров, прогрессивных закономерностях и ценностях, сформировавшихся в обществе.

Основная цель работы состоит в комплексном анализе современных тенденций в финансово-экономическом неологическом дискурсе с целью формирования общего представления об актуальной системе трендов и ценностей исследуемой дискурсивной сферы.

В ходе исследования нами были применены: эмпирический метод, который состоит в изучении и классификации материала в заданной предметной области; контекстуально-семантический, предполагающий исследование единиц в совокупности взаимосвязей их отдельных элементов; метод количественного исследования, наглядно отображающий лингвоаксиологическую картину современного англоязычного финансово-экономического неологического дискурса.

В качестве материала исследования выступает электронный лексикографический источник Cambridge Dictionary Online Blog.

Результаты исследования могут составить основу словаря финансовых английских неологизмов и быть использованы при изучении курсов «Основы делового общения», «Иностранный язык делового и профессионального общения» на экономических факультетах, а также переводчиками, работающими в сфере экономики и деловой коммуникации.

Сегодня приходится наблюдать стремительное развитие технологий, которые влияют на способы общения и совершенствуют их. Поэтому ученые-языковеды проявляют интерес к изучению особенностей коммуникативного взаимодействия в профессиональных сообществах. Огромное количество исследований на сегодняшний день посвящено дискурсу. Изначально во французской языковой практике было принято под «дискурсом» понимать речь или текст. Позже стало очевидно, что дискурс представляет собой мысль человека, заблаговременно оформленную в соответствии с интенциями отправителя [2]. С. А. Сухих отмечает, что «координативная макроинтенция в процессе общения порождается желанием человека интерпретировать окружающую его действительность» [3].

Интерес ученых к изучению новых единиц, возникающих в языке, привел к появлению такой отрасли теории языка, как неология, которая рассматривает процесс порождения новых слов как взаимодействие носителя языка с меняющейся окружающей действительностью. Труды таких ученых, как М. В. Избицкая [4], В. В. Катермина [5], С. Х. Липириди [6], Е. В. Сенько [7], посвящены неологии и неологизмам.

Язык неизбежно становится транслятором мыслей, взглядов, интересов и настроений в обществе, которое всегда незамедлительно реагирует на процессы и события, происходящие в мире, на непрерывно трансформирующуюся реальность и современные тенденции в различных сферах. Как отмечает В. В. Катермина, «неологизмы обладают значительным аксиологическим потенциалом в силу того, что они фиксируют ценностные трансформации, происходящие в результате появления обозначаемых ими явлений» [5].

Новые тенденции в англоязычном финансово-экономическом неологическом дискурсе

Центральной фигурой финансово-экономической сферы выступает человек со своими потребностями и способностью к труду, поэтому в ней неизбежно происходят изменения и смены приоритетов сообразно смене потребностей общества и возникающих новых тенденций. В этом взаимодействии человека со сферой экономики и финансов прослеживается устойчивая амбивалентность – симбиоз положительных и негативных черт.

Так, еще Евгений Евтушенко отметил, что «проклятье века – это спешка» [8]. Современный человек живет в состоянии постоянного цейтнота, вынужден действовать в условиях многозадачности, поэтому время для него является крайне важным ресурсом. Ориентируясь на это, разработчики современных технологий создали устройства для оплаты, которые не требуют лишних действий и экономят время как покупателей, так и продавцов. Неологизмы, имеющие отношение

к тенденции экономии времени (*cashless – not using or allowing the use of cash payments* [9] [безналичный – не использующий или не позволяющий использовать оплату наличными]; *contactless – refers to a system of debit or credit cards which are waved over a sensor and do not require PIN numbers* [о системе дебетовых и кредитовых карт, которые необходимо поднести к терминалу, чтобы произвести оплату, и не вводить при этом PIN-код], образованы при помощи суффикса с негативной коннотацией *-less: used to form adjectives meaning “without”* (используется для образования прилагательных со значением «без»). Таким образом, мы наблюдаем, с одной стороны, негативный компонент при формировании неологизмов, указывающий на отсутствие чего-либо, а с другой стороны – положительную сторону новых изобретений, призванных не отнимать у людей драгоценное время.

Амбивалентность прослеживается также в актуальной на сегодняшний день тенденции к бережному отношению к окружающей среде. Так, в настоящее время правители многих стран понимают, что из-за бессознательного потребления природных ресурсов и безответственного обращения с окружающей средой вся планета в скором времени может пройти точку невозврата и оказаться на пороге экологической катастрофы, так как экономика основывается на разумном распределении ограниченных в своем количестве ресурсов при производстве товаров и услуг, необходимых населению. Поэтому большинство стран пропагандируют разумное их расходование и повторное использование отработанного сырья. Окружающая среда со своими природными богатствами выступает ценностью, что прослеживается в появлении в языке таких неологизмов, как *circular economy – an economic model that prioritises the longevity of goods, for instance by sharing or recycling them* (циклическая экономика – экономическая модель, при которой предпочтение отдается долговечности товаров, например, при разделении их использования с другими или переработке); *chemical tax – a tax on the purchase of items that are difficult to recycle* (химический налог – налог на те виды товаров, которые сложно перерабатывать).

Сема с положительной коннотацией *to recycle* ‘перерабатывать’ подтверждает, что заботе о нашей планете и сохранении ее ресурсов на сегодняшний день уделяется повышенное внимание. В качестве рычага давления часто выступает введение налогов: они, с одной стороны, стимулируют население на бережное отношение к ресурсам, с другой стороны, приносят в бюджет страны дополнительные средства, которые будут направлены на модернизацию способов экологической переработки отходов. Но подобные «эко-френдли» настроения в обществе приводят к обратному эффекту: некоторые компании начинают злоупотреблять этим и прибегают к мошенническому маркетингу. Так называемый гринвошинг (*greenwashing – behaviour or activities that make people believe that a company is doing more to protect the environment than it really is*; гринвошинг – поведение или деятельность, которая заставляет людей верить, что компания делает больше для защиты окружающей среды, чем это есть на самом деле) представляет собой маркетинг, в ходе которого производители обманывают своих покупателей, указывая на этикетках своих товаров, что они изготовлены исключительно из экологически чистого сырья, либо анонсируя это в рекламных кампаниях.

Неотъемлемой частью деятельности банков выступает кредитование в целом и ипотечное кредитование в частности. В современном мире наметилась тенденция жить в духе *carpe diem* (от лат. «лови момент»), то есть «здесь и сейчас»: никто не откладывает деньги продолжительное время для приобретения желаемого, для этого нужно просто получить в банке кредит на различные нужды. Согласно Etymoline – Online Etymology Dictionary [10] слово *credit* произошло

от франц. *crédit – belief, trust* (вера, доверие) и имеет положительную коннотацию. Действительно, кредитование в своей основе основано на доверии и должно приносить пользу обеим сторонам данного вида отношений: кредитор, ссуживая деньги под определенный процент, получает доход, а заемщик может сразу приобрести то, что ему нужно, вместо того, чтобы копить деньги долгое время, рискуя, что все накопления обесценит инфляция. Но, напротив, кредитование обратилось страшным сном как для кредиторов, так и для заемщиков. Банки из-за недобросовестного навязывания кредитных продуктов, непрозрачных условий кредитования, злоупотребления экономической безграмотностью определенных слоев населения попадают в свою собственную ловушку, потому что людям становится не под силу выплатить заем, и порой сами банки становятся жертвами новых схем мошенников: *zombie debtor – a person with a debt that they do not have a hope of paying off because the interest on it is so high* (должник-зомби – должник, с которого нет надежды взыскать долг в силу того, что процентная ставка по кредиту слишком высока); *stoozing – the practice of borrowing money on a credit card with 0 % interest rate and then investing the same money in a bank account that pays a high interest rate so that a profit can be made when the original loan is repaid* (стузинг – это практика получения кредитной карты в банке с 0% ставкой и дальнейшего вложения этих денег в банк на счет под высокую процентную ставку, что в дальнейшем приводит к получению прибыли после выплаты первоначального займа по кредитной карте).

При этом заемщики часто сами оказываются заложниками своих кредитных обязательств, либо переоценив свои финансовые возможности или недосконально изучив условия кредитования при подписании договора, либо по причине форс-мажорных обстоятельств, таких как падение национальной валюты при наличии валютной ипотеки: *mortgage prisoner – someone who is unable to transfer their mortgage to a lender that offers lower interest rates because the rules for borrowing have become stricter or their house is worth less than they were* (ипотечный заложник – человек, который не способен реструктурировать свой долг по ипотеке, даже когда кредитор предлагает меньшую процентную ставку из-за того, что условия кредитного договора стали жестче или стоимость дома оказывается ниже).

Семы *do not have a hope* ‘не имеет надежды’, *prisoner* ‘пленник, узник’, *unable* ‘неспособный’, *become stricter* ‘стали жестче’ выступают индикатором складывающихся сложных ситуаций, порой даже патовых, для обеих сторон кредитных отношений.

В основе экономики лежат производство и потребление: в условиях ограниченности ресурсов необходимо эффективно производить количество товаров и услуг, которое бы удовлетворило потребности населения. Развитие экономики, наращивание экспортно-импортных отношений между странами, обилие и разнообразие товаров в многочисленных супермаркетах и торговых комплексах, повышение со времен пандемии уровня популярности услуг доставки привели к безрассудному, неконтролируемому потреблению, которое, подобно заболеванию, стало заражать все общество. Людям для удовлетворения всех своих покупательских желаний стало необходимо либо больше работать, либо все глубже увязать в кредитах. На фоне этой потребительской истерии возникает новая философия жизни – дауншифтинг (*downshifting – the practice of leaving a job that is well paid and difficult in order to do something that gives you more time and satisfaction but less money*), которая подразумевает под собой переосмысление жизни, смещение фокуса от материальных ценностей в сторону духовных. Дауншифтинг может предполагать снижение карьерных притязаний, переход на удаленную работу, чтобы быть свободным от обязательств, больше времени проводить в уютной,

комфортной обстановке, чаще видеть свою семью, либо не работать вовсе: *funemployment – enjoyable unemployment* (забавная безработица – безработица, доставляющая удовольствие); *gig economy – the economic sector consisting of freelancers who take on series of small jobs, particularly when those jobs are contracted online using a website or app* (гиг-экономика – это экономический сектор, состоящий из фрилансеров, которые выполняют небольшую работу, договоры на которую заключаются в формате онлайн с использованием сайта или приложения). Данная философия призывает как можно меньше покупать «материальных ценностей», отдавая предпочтение приобретению эмоций, впечатлений, и это заставляет компании вставать на новые рельсы и формулировать новые миссии: *experience economy – economic system that is based on people doing things, such as taking part in sport activities and visiting places, rather than buying things* (экономика впечатлений – это экономическая система, которая основывается на разного рода активности людей, таких как занятие спортом, путешествия, а не на покупке вещей).

Снижение уровня потребления имеет экологическую подоплеку, так как дауншифтеры считают, что именно сверхпотребление становится причиной загрязнения окружающей среды и ухудшения климата на планете. Трендом становится продление жизненного цикла товаров, который вынуждены поддерживать компании для подтверждения своего дружественного отношения к природе: *circular economy – an economic model that prioritises the longevity of goods, for instance by sharing or recycling them* (циклическая экономика – экономическая модель, при которой предпочтение отдается долговечности товаров, например, при разделении их использование с другими или переработке); *care commerce – the services offered by companies that allow the products they sell to last longer* (заботливая торговля – ситуация, когда компании предлагают послепродажное обслуживание, чтобы их товары прослужили дольше).

На смену беспорядочной трате денег, нередко заемных, приходят бережное и рациональное их расходование, экономия и приумножение: *bucket budgeting – a way of organizing your finances that involves saving money in a different bank account for each type of bill or purchase* (способ организации своих финансов, который заключается в хранении денег на различных банковских счетах, каждый из которых предназначен для определенного вида платежа или покупки); *financial cleanse – a detailed examination of your finances to identify ways of saving money and spending less* (подробное изучение своих финансов для того, чтобы определить способы, как можно сэкономить деньги и меньше их тратить).

На примере дауншифтинга мы видим, что не только экономика оказывает влияние на людей и их образ жизни, но и люди задают тон и настроение, вследствие чего компании вынуждены поддерживать тенденции, перестраивать свою деятельность, корректировать принципы работы и организации бизнеса, чтобы не выпасть из обоймы и остаться на рынке.

В свою очередь и ситуация в мире влияет на жизнь людей: пандемия, которая разделила жизнь человечества на «до» и «после», непрекращающиеся военные конфликты, экономическая нестабильность и тотальный рост стоимости жизни повлекли за собой формирование в обществе такого явления, как пермакризис (*permacrisis – a long period of great difficulty, confusion or suffering that seems to have no end*), когда людям кажется, что они оказались в бесконечном водовороте негативных событий, в результате которых они находятся в состоянии постоянного стресса и напряжения.

Влияние экономической ситуации в стране на человека и образ его жизни можно также пронаблюдать на примере буммейтинга. *Boommating – a situation when homeowners rent out empty rooms to nonrelatives needing a place to stay in*

order to fight inflation and loneliness (буммейтинг – ситуация, когда домовладельцы сдают пустующие комнаты неродным людям с целью побороть инфляцию и одиночество). Постоянно растущие цены на коммунальные услуги, ипотеку и аренду жилья привели к возникновению такой тенденции, как шеринг жилья людьми, которым более 60 лет (буммерами), для разделения ежемесячных расходов, связанных с его обслуживанием и содержанием.

Также из-за экономической нестабильности и возникших трудностей на рынке труда после пандемии сменился фокус интересов у женщин, которым стало сложно совмещать полноценную работу и семейные обязанности. Набирает обороты такое явление, как *tradwife (a neologism for traditional wife or housewife) is a woman who believes in and practices traditional gender roles and marriages* (традиционная жена – это женщина, которая верит в традиционные гендерные роли и браки и следует им). Экономическая «турбулентность» заставляет женщин больше не ратовать за равноправие с мужчинами и признать историческую диадку: мужчина – добытчик, женщина – хранительница семейного очага.

Но если женщины в условиях непростой реальности постепенно возвращаются к спокойному отношению к гендерному неравенству в карьерном вопросе, то общество во главе с его руководителями не может забыть их многовековую борьбу за равноправие и старается восстановить равенство между женщиной и мужчиной в трудовых отношениях. Еще со времен «стеклянного потолка» карьерные притязания женщин игнорировались по причине их более выраженной эмоциональности по сравнению с мужчинами и возможной отдачи предпочтения семье нежели работе, и теперь правительства стран предпринимают меры для того, чтобы женщины имели равные возможности в занятии руководящих должностей и получении высоких окладов: *womenomics – the activities undertaken by a government to enable more women to enter the workforce, especially into high-level jobs* (меры, предпринимаемые правительством и направленные на то, чтобы как можно больше женщин устроились на работу, особенно на руководящие должности).

Цифровой бум, вызванный стремительным развитием и повсеместным внедрением цифровых технологий, повлек за собой возникновение новых трендов. С одной стороны, люди стали задумываться, как зарабатывать виртуально, без значительных материальных затрат, так как для изготовления монет требуется металл, а для печатных денег как минимум древесина. Несмотря на то, что с момента создания первой криптовалюты прошло уже более десяти лет и история развития криптовалютного рынка до сих пор регистрирует то взлеты, то падения, интерес к подобному виду пассивного заработка среди населения не ослабевает, что влечет за собой появление новых слов в языке: *cryptowinter – a situation when the price of cryptocurrency falls and remains very low for a long period of time* (криптозима – ситуация, когда цена на криптовалюту остается низкой в течение долгого времени). Особую популярность получила такая криптовалюта, как мемкойн: *meme coin – a type of cryptocurrency based on an internet meme or other online trend and usually created to be amusing rather than for its value as an investment* (мемкойн – разновидность криптовалюты, основанная на интернет-меме или другом тренде и, как правило, созданная больше ради забавы нежели для зарабатывания денег). Одной из разновидностей мемкойнов являются *politifi* (данный неологизм образован с помощью блендинга путем соединения части слов *politics* ‘политика’ и *finance* ‘финансы’) – *a sub-variety of meme tokens, inspired by political figures, events and political ideologies* (подвид мем-токенов, на создание которых вдохновили политические фигуры, события и политические идеологии). В определении мемкойна указано, что зарабатывание денег не является целью их создания, однако Дональд Трамп за два дня до своей инаугурации

объявил о выпуске своих именных мемкоинов *\$TRUMP*, и за сутки объем торгов составил 11 млрд долларов. Вслед за Трампом выпуск своих мемкоинов запустила его супруга Мелания Трамп, при этом криптовалюта бывшего кандидата в президенты Камалы Харрис потеряла около 92%.

Так как криптороторговля становится мейнстримом, то реклама криптовалюты постепенно набирает обороты: сейчас ее можно увидеть не только в виде баннеров в Интернете, но и в качестве полноценных рекламных роликов на телевидении с участием популярных блогеров или знаменитостей, которые продвигают свою валюту, желая повлиять на ее цену. Так, *shilling – the increasingly popular phenomenon of promoting any crypto coin through implicit advertising* (шиллинг – это набирающий обороты феномен продвижения криптомонеты через скрытую рекламу). Реклама является имплицитной, потому что простой обыватель воспринимает информацию о данной виртуальной валюте как рекомендацию или совет от медийного человека, которому можно доверять. Все это является подтверждением популярности тренда инвестиций в виртуальную валюту.

С другой стороны, массовая цифровизация всех сфер человеческой жизни привела к появлению новых мошеннических схем и способов обмана: кибератаки, целью которых является нелегальный майнинг, незаконные способы ведения бизнеса, кража информации о банковских счетах посредством звонков, преступления, связанные с банкоматами. Постоянно меняющиеся и совершенствующиеся системы оплат, накоплений, ведения расчетов заставляют мошенников изобретать все новые и новые приемы: *cryptojacking – is a type of cybercrime where a criminal secretly uses a victim's computing power to generate cryptocurrency* (криптоджекинг – разновидность киберпреступления, когда преступник тайно пользуется ресурсами чужого компьютера для генерации криптовалюты); *vishing – the practice of dishonestly obtaining details of bank accounts with the intention of stealing from them* (вишинг – нечестный способ получения информации о банковских счетах с целью хищения денежных средств).

Рост киберпреступности, постоянные атаки и взломы систем вынуждают разработчиков и участников виртуального рынка формировать принципы деятельности людей и работы систем, которые помогают предвидеть, предотвращать угрозы взлома путем автоматической замены алгоритмов: *crypto agility – the ability of an organization to quickly adapt and change the methods it uses to encrypt its data to protect it from cyberattacks* (крипто-гибкость – способность организации быстро подстроиться и изменить способы шифрования своих данных, чтобы таким образом защитить их от кибератаки). Крипто-гибкость может выступать в качестве меры безопасности при выявлении уязвимости алгоритмов шифрования системы.

Любые инвестиции в валюту подразумевают под собой определенные риски – вложения в криптовалюту не являются исключением. В настоящее время информационные источники переполнены недостоверными данными, поэтому криптоэнтузиасты в своих советах потенциальным инвесторам используют аббревиатуру *DYOR – abbreviation of “do your own research”: a basic principle of the cryptocurrency market, encouraging buyers to research and understand all the risks and benefits of a cryptocurrency deal before they invest in it* (аббревиатура для «проведи свое собственное исследование»: основной принцип криптовалютного рынка, побуждающий покупателей изучить и осознать все риски и выгоды определенной криптовалюты до инвестирования в нее). Правило «семь раз отмерь, один раз отрежь» поможет инвесторам избежать криптоловушек и принять рациональное, взвешенное решение, что позволит в будущем минимизировать убытки от вложений либо избежать их вовсе.

Человек занимает важное место в экономике, его роль в ней амбивалентна: он и работник, который должен трудиться на благо своей страны, он и покупатель, который, приобретая товары и услуги, пополняет казну государства. В настоящее время отчетливо прослеживается стремление глав государств и правительств уделять повышенное внимание человеку, его физическому и психологическому здоровью, что подтверждается возникновением таких неологизмов, как *hamburger tax – a tax on unhealthy food* (налог на вредную пищу); *sleeponomics – the money that is spent on products, techniques, etc. that are designed to help people sleep better* (экономика сна – это деньги, потраченные на товары и технологии, разработанные с целью помочь людям лучше спать).

Государство и владельцы компаний заботятся о населении, что можно наблюдать в появлении налогов на вредную пищу, которая становится причиной такого массового явления сегодня, как ожирение; многие фирмы заявляют, что их миссия – сделать своих клиентов счастливыми и что деятельность компаний сфокусирована не на получении максимальной прибыли, а на удовлетворении интересов покупателей.

Семы с положительной коннотацией *to reduce consumption* ‘сократить потребление’, *health problems* ‘проблемы со здоровьем’, *to help people* ‘помочь людям’, *aimed at people* ‘нацеленные на людей’, *values of the customers* ‘ценности покупателей’, *happier place* ‘более счастливое место’, *to enhance buyers’ self-esteem* ‘повысить самооценку покупателей’, *to improve society* ‘улучшить общество’ подтверждают пристальное внимание со стороны участников экономических отношений к человеку и его физическому, моральному состоянию и даже попытку повысить его самооценку.

В ипостаси работника современный экономический человек демонстрирует желание улучшить свое благосостояние, но не желает прилагать при этом особенных усилий. Пассивный доход, «легкие деньги» сегодня являются пределом мечтаний и побуждают людей придумывать способы такого пассивного дохода, которые в большинстве своем являются незаконными. В обществе прослеживается тенденция жизни в стиле *FLY “Finally Love Yourself”* («полюби себя уже наконец»): практически никто не хочет больше работать согласно штатному расписанию на заводе или в душном офисе – все хотят становиться богаче, не тратя при этом свои силы, энергию и время. *Lottery mentality – the desire to obtain money without working for it, the belief that a large sum of money can solve person’s problems* (лотерейный склад ума – желание получать деньги, не работая при этом; вера, что крупная сумма денег может решить человеческие проблемы; *shadow flipping – the practice of selling a house and then re-selling it several times before completing the contract* (теневой флиппинг – практика продажи дома и нескольких последующих перепродаж до полного исполнения контракта).

Заключение

Итак, современные жизненные реалии формируют определенные настроения в обществе и новые тенденции, которые неизбежно находят отражение в языке через порождение новых слов. Сфера экономики и финансов является одной из жизнеопределяющих сфер деятельности человека, поэтому неологизмы являются индикатором изменений в данной области, смещения фокуса интересов и наметившихся тенденций.

В ходе проводимого анализа нами было отмечено, что современные участники рынка стремятся к экономии времени. При этом покупатели смогут потратить сэкономленное время на более важные для них вещи, а продавцы смогут обслужить как можно больше клиентов. Особое внимание уделяется заботе об

окружающей среде и разумному расходованию природных ресурсов, но в данной тенденции прослеживается амбивалентность: компании злоупотребляют этим и вводят в заблуждение своих покупателей, что их продукция изготовлена из исключительно экологически чистых материалов. Анализ также показал, что современному человеку присуще жить настоящим, как говорится, в моменте и приобретать необходимые ему ценности с использованием заемных средств. Здесь стоит отметить, что в новой лексике нашел отражение негативный эффект кредитования как для клиентов банков, так и для самих банков. Трендом современности стала новая философия – дауншифтинг, которая повлекла за собой возникновение в английском языке слов, связанных со свободным наймом, продлением жизненного цикла товаров и рациональным подходом к формированию бюджета.

В ходе нашего исследования было выявлено, что в настоящее время женщины отдают предпочтение классическому образу жены и семьи, в то время как руководители стран предпринимают меры по восстановлению гендерного равноправия на рынке труда. Нестабильная и тревожная обстановка в мире, увеличение стоимости жизни привели к тому, что человек ощущает себя в состоянии бесконечного кризиса и вынужден делить свое жилье с чужими людьми для снижения финансовой нагрузки и избавления от одиночества. Цифровой бум привел к возникновению новых способов зарабатывания денег и способов обмана, разработке мошеннических схем. Современный человек отвергает архетипичный образ усердно трудящегося индивида: он склонен любить и жалеть себя и находить способы пассивного дохода. В свою очередь правительство стран проявляет заботу о населении, его образе жизни, физическом и ментальном здоровье.

Л и т е р а т у р а

1. Дойчер Г. *Сквозь зеркало языка*. – Москва: Издательство АСТ; 2019:448.
2. Костомаров В.Г., Бурвикова Н.Д. *Изучение и преподавание русского слова от Пушкина до наших дней*. Материалы конф. и семинаров. Волгоград: Изд-во Волгогр. гос. ун-та; 1999:7-14.
3. Сухих С.А. *Коммуникативная компетентность личности в общении*: учеб. пособие. Краснодар: Кубанский гос. ун-т; 2016:248.
4. Избицкая М.В. *Современные тенденции в неологии: типология образования неологизмов и лексикографическая практика (на материале новой английской лексики из сферы «Культура» в электронных волонтерских словарях)*: Дис. ... к. филол. н. Иваново; 2020:214.
5. Катермина В.В., Соловьева Н.С. Аксиология неологизма Brexit в англоязычном массмедийном дискурсе. *Актуальные проблемы филологии и педагогической лингвистики*. 2019;(3):103-111.
6. Липириди С.Х. Характеристика неологизмов в области ИТ технологий (на материале русского и английского языков). *Актуальные вопросы современной филологии и журналистики*. 2024;53(2):131-137.
7. Сенько Е.В. Кросскультурная неология. Владикавказ: Мавр; 2023:158.
8. Культура.РФ [Электронный ресурс]. URL: <https://www.culture.ru/poems> (дата обращения: 21.12.2024).
9. Словарь dictionary.cambridge.org [Электронный ресурс]. URL: <https://dictionary.cambridge.org> (дата обращения: 10.01.2025).
10. Словарь Etymonline.com [Электронный ресурс]. URL: <https://etymonline.com> (дата обращения: 26.12.2024)

References

1. Deutscher G. *Through the Language Glass*. Moscow: Publishing House AST; 2019:448 (in Russian).
2. Kostomarov VG, Burvikova ND. *Learning and teaching the Russian word from Pushkin till nowadays*. The materials of the conferences and seminars. Volgograd: Volgograd State University Publishing House; 1999:7-14 (in Russian).
3. Sukhikh SA. *The communicative competence of the person during the communication: a textbook*. Krasnodar: Kuban State University; 2016:248 (in Russian).
4. Izbitskaya MV. *Modern trends in neology: typology of neologisms formation and lexicographic practice (on the basis of new English vocabulary from the "Culture" sphere in electronic volunteer dictionaries)*. Candidate's dissertation (Philology). Ivanovo: Ivanovo State University of Chemistry and Technology; 2020:214 (in Russian).
5. Katermina VV, Solovyeva NS. Axiology of neologism *Brexit* in English massmedia discourse. *Actual problems of philology and pedagogical linguistics*. 2019;(3):103-111 (in Russian).
6. Lipiridi SH. Characteristics of neologisms in the field of IT technologies (based on the material of the Russian and English languages). *Actual issues of modern philology and journalism*. 2024;53(2):131-137 (in Russian).
7. Senko EV. *Crosscultural neology*. Vladikavkaz: Publishing House "Mavr"; 2023:158 (in Russian).
8. Culture.RF [Electronic resource]. Available at: <https://www.culture.ru/poems> [Accessed 21 December 2024] (in Russian).
9. Dictionary dictionary.cambridge.org [Electronic resource]. Available at: <https://dictionary.cambridge.org> [Accessed 10 January 2025] (in English).
10. Dictionary Etymonline.com [Electronic resource]. Available at: <https://etymonline.com> [Accessed 26 December 2024] (in English).

Сведения об авторе

СВИРИДОВА Татьяна Николаевна – аспирант кафедры английской филологии ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет», г. Краснодар, Российская Федерация, ORCID: 0009-0006-4933-7714

E-mail: autumn.86@mail.ru

Information about the author

Tatiana N. SVIRIDOVA – Postgraduate Student, Department of English Philology, Kuban State University, Krasnodar, Russian Federation, ORCID: 0009-0006-4933-7714

Конфликт интересов

Автор заявляет об отсутствии конфликта интересов

Conflict of interests

The author declares no relevant conflict of interests

Поступила в редакцию / Submitted 29.01.25
Принята к публикации / Accepted 12.02.25